

може повністю вийти з-під контролю підприємства, як наслідок втрата ресурсу та неотримання очікуваного результату, в тому числі і прибутку.

По-друге, для ефективного розвитку ресурсу необхідна інформація про його поточний стан. Оскільки відсутність даних про те яким є ресурс складно визначити як необхідно проводити його розвиток, удосконалення. Необхідне розуміння від отримання якої нової інформації відбудеться розширення знань та розвиток ресурсу, що у свою чергу якісно змінить ресурс, а яка інформація хоч за своєю суттю і є цікавою, але для конкретного ресурсу підприємства не містить цінності, яка б конвертувалась у розвиток ресурсу та отримання додаткової вигоди.

Таким чином можемо говорити, що управління знаннями має біти самостійним вектором при здійсненні управлінської діяльності та розглядатися окремо від управління персоналом, а також про важливість інформації про поточний стан ресурсу. По-перше, це дозволить оцінити рівень кінцевого продукту на основі такого ресурсу, а по-друге, це дасть можливість ефективно розвивати, удосконалювати та покращувати ресурс, замість нагромадження інформації, обслуговування та утримання якої лише ускладнює діяльність підприємства.

Література:

1. Буковиц У. Управление знаниями: руководство к действию / У. Буковиц, Р. Уильямс. – М.: Инфра-М. – 2002. – 504 с.
2. Stewart T.A. Intellectual Capital: The New Wealth of Organizations. Currency / T.A. Stewart. – 1998. – 320 p.
3. М. Полани. Личностное знание / М. Полани. – М.: Книга по Требованию, 2013. – 342 с.
4. Ямпольский В.З. Системы управления знаниями (методы и технологии) / А.Ф. Тузовский, С.В. Чириков, В.З. Ямпольский. – Томск: Изд-во НТЛ, 2005. – 260 с.
5. Воронкова А. Построение модели управления знаниями предприятия / А. Воронкова, Р. Вечерковская // Актуальні Проблеми Економіки. – 2005. – № 1. – С. 147-154.

Радіонова Н. Й.

доцент кафедри обліку і аудиту

Київського національного університету технологій і дизайну

м. Київ, Україна

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ШВЕЙНОЇ ГАЛУЗІ

У вітчизняній економіці є сектори та галузі, потенційно конкурентоспроможні як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках. Реалізації конкурентних переваг цих секторів (наявність не завантажених технологічно ефективних потужностей, кваліфікованих кадрів, науково-технічних напрацювань тощо) перешкоджають недосконалість і нерозвиненість ринкових механізмів та інститутів, що склалися, стартові умови в цих секторах, несприятливі для експансії виробництва, модернізації виробничої бази та підвищення ефективності [1].

Серед основних чинників, що стримують розвиток підприємств швейної галузі, можна назвати не тільки застарілу матеріально-технічну базу та значну кількість конкурентоспроможної імпоротної продукції, а й низький рівень якості управління на підприємствах, пов'язаний із недостатнім розвитком поточного й стратегічного управління витратами, що особливо актуально в умовах низької платоспроможності населення [3]. Як можна побачити за даними табл. 1.1, рівень реалізації продукції текстильного виробництва, виробництва одягу, шкіри, виробів зі шкіри та інших матеріалів за останні п'ять років не перевищує 1% від реалізації всієї промислової продукції.

Таблиця 1.1

Обсяг реалізованої промислової продукції переробної промисловості та швейної і текстильної промисловості у 2012–2016 роках

	2012		2013		2014		2015		2016	
	млн.грн	у% до підсумку	млн.грн	у% до підсумку	млн.грн	у% до підсумку	млн.грн	у% до підсумку	млн.грн	у% до підсумку
Промисловість¹	1367925,5	100,0	1322408,4	100,0	1428839,1	100,0	1776603,7	100,0	2158030,0	100,0
Переробна промисловість	871146,6	63,5	817734,3	61,8	903735,3	63,3	1139213,2	64,1	1312729,0	60,8
текстильне виробництво, виробництво одягу, шкіри, виробів зі шкіри та інших матеріалів	9763,6	0,7	9606,0	0,7	11510,0	0,8	17384,4	1,0	20344,4	0,9

¹ Дані наведено без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя, за 2014-2016 рр. – також без частини зони проведення анти-терористичної операції.

² Дані сформовані за функціональним підходом (спосіб узагальнення даних, за яким показники діяльності підприємств формуються за однорідними видами економічної діяльності).

Розроблено авторами за [2]

У цих умовах до першочергових завдань структурної політики підприємств з виробництва одягу належать:

1) створення конкурентного ринку як головного регулятора економічного розвитку. Світова практика та історичний досвід України наочно засвідчують, що максимальна економічна ефективність, яка забезпечує стає економічне зростання та підтримку добробуту нації, досягається лише там, де ринкова конкуренція гарантує реалізацію приватних інтересів в інтересах суспільства. Тому одним із головних принципів структурної політики є формування конкурентного середовища через створення рівних умов для всіх суб'єктів господарювання;

2) державна підтримка підприємств з виробництва одягу як однієї з пріоритетних галузей. Завданням держави в середньостроковій перспективі при незмінності стратегічних пріоритетів буде формування передумов для ефективного розвитку підприємств швейної промисловості;

3) відкритість економіки. Національна економіка сьогодні не може бути ефективною, залишаючись поза межами глобального світового ринку. Тому структурна політика повинна забезпечувати інтеграцію в систему світогосподарських зв'язків окремих ринків, галузей і секторів національної економіки. Відповідно будь-які заходи протекціонізму повинні носити тимчасовий і економічний, а не заборонний характер;

4) лібералізація економічної діяльності на мікрорівні. Головною проблемою вітчизняної економіки залишаються численні обмеження і перешкоди для розвитку бізнесу на мікрорівні. Разом із тим, реальна лібералізація діяльності всіх суб'єктів ринку та зниження втручання контролюючих органів у функціонування підприємств швейної промисловості повинні супроводжуватися цілеспрямованими та наполегливими діями держави з формування стратегічних напрямів розвитку вітчизняної економіки [4].

Вирішення основних соціально-економічних завдань, таких як досягнення стійких темпів економічного зростання за позитивних зрушень у структурі економіки та забезпечення зростання реальних доходів населення, робить її економічно раціональною та реалізує стратегію структурного маневру, побудованого на сценарії «активного позиціонування на ринках». Ця стратегія базується на поступовій зміні сформованої структури економіки завдяки наявним перевагам конкурентоспроможних галузей, до яких відноситься переробна промисловість і виробництво одягу, при послідовному поширенні імпульсів зростання в суміжних галузях промисловості.

Обмеженість платоспроможного попиту на внутрішньому ринку є однією із головних перешкод для ефективного існування підприємств швейної промисловості. Структурна політика буде спрямована на випереджальний розвиток тих галузей і підгалузей, продукція й послуги яких користуються попитом на вітчизняному та світовому ринках. У межах такого підходу можна виокремити традиційні експортні галузі, а також нові експортні галузі, що розвиваються; перспективною, в цьому сенсі, є галузь швейної промисловості. На сьогоднішній день ідеться не про просте забезпечення потреб населення в одязі, взутті тощо. Ідеться про створення модної продукції, яка була би конкурентоспроможною до товарів світових брендів. Вітчизняні підприємства, які займаються виробництвом одягу в сучасних умовах уже розглядаються як суб'єкти господарювання індустрії моди.

У галузях матеріального виробництва, до яких належать підприємства з виробництва одягу, одним із найважливіших завдань є поглиблення ступеня переробки в процесі переходу від сировини і напівфабрикатів – до все складніших готових виробів. Це в сукупності з розвитком експортних галузей у сфері послуг має привести до підвищення частки доданої вартості.

Додаткові замовлення та фінансові інвестиції з боку експортерів створюють передумови для зростання внутрішнього попиту, в першу чергу на продукцію вітчизняних швейних підприємств. Зростання попиту і, відповідно, ступеня завантаження потужностей дозволить поліпшити економічне становище швейних підприємств і підвищить їхню інвестиційну привабливість для вітчизняних та зарубіжних інвесторів.

Розвиток підприємств з виробництва одягу і підвищення конкурентоспроможності їх продукції дасть змогу, з одного боку, забезпечити масову заміну зношених засобів виробництва, а з іншого – поступово нарощувати експорт їх продукції, відновлюючи позиції України у цьому сегменті світового ринку.

Найважливішим завданням при цьому є диверсифікація експорту з поступовим збільшенням частки продукції швейної промисловості з відносно високою доданою вартістю на конкретних вузьких сегментах ринку, де є виражені конкурентні переваги.

Розширення виробництва та експорту конкурентоспроможної продукції можливе за умови збереження місця України на ринку продукції швейної промисловості з подальшою диверсифікацією її виробництва, що використовує науково-технічні моделі та потенціал галузей. Заходи щодо збереження й закріплення переваг цих виробництв тісно пов'язані з підвищенням ефективності управління підприємствами в цілому і спрямовані в основному на зниження його витрат, виведення з бізнесу неефективних підприємств, концентрацію виробництва і розробок у відносно обмеженій кількості великих інтегрованих підприємств.

Темпи зростання виробництва на підприємствах швейної промисловості та у сфері послуг через зростання попиту перевищуватимуть загальні темпи економічного зростання, завдяки чому вдасться помітно підвищити частку виробництв з високою доданою вартістю у виробництві ВВП. Політика забезпечення структурних зрушень повинна бути доповнена заходами із подолання основних проблем у конкретних, найбільш значущих підгалузях швейної промисловості.

Основні зусилля необхідно спрямувати на зростання конкурентоспроможності продукції, що випускається, підвищення ефективності виробництва та вдосконалення її структури на базі реалізації стратегій розвитку підприємств швейної промисловості.

Література:

1. Денисенко М.П. Тенденції впливу зовнішнього середовища на діяльність швейних підприємств / М.П. Денисенко, І.В. Бродюк // Ефективність діяльності підприємств в умовах глобалізаційних процесів: монографія / за ред. О.В. Ольшанської, А.О. Мельник, Т.М. Янковець. – К.: КНУТД, 2016. – С. 97-121.
2. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] / офіц. сайт. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua
3. Радіонова Н. Й. Управління затратами підприємства в кризових умовах господарювання/Н. Й. Радіонова // Фінансове забезпечення розвитку суб'єктів підприємництва реального сектору економіки: колективна монографія / за заг. ред. В.П. Ільчука. – Чернігів: ЧНТУ, 2017. – С. 99-108.
4. Яровенко Т.С. Шляхи та методи оптимізації витрат підприємства у ринкових умовах / Т.С. Яровенко, А.О. Довга, В.Е. Остряніна // Вісник Дніпропетровського університету. Сер.: Економіка. – 2013. – Т. 21. – Вип. 7 (2). – С. 181-188.